

## لغة الإعلام الديني

الدكتور رشيد عبد الرحمن العبيدي

### وظيفة اللغة:

اللغة أهم وسيلة إعلامية يستخدمها الإعلاميون في إيصال معلوماتهم إلى الجمهور المتلقى، وإذا كانت اللغة قد عرفها ماروزو بأنها وسيلة إبلاغ وتواصل<sup>(١)</sup>. فهذا يعني أن جزءاً كبيراً من مهمتها ووظيفتها هو الإبلاغ والإعلام، فضلاً عن أن «التواصل» هو نتيجة لإعلام ما في نفسك للآخرين، وإعلامهم ما في أنفسهم لك، وبذلك يحصل «التواصل»، وفي كلتا الحالتين تكون اللغة وسيلة إعلامية، بمعنىها: اللغوي والاصطلاحي.

وإذا كانت اللغة أصواتاً يعبر كل قوم بها عن أغراضهم، كما يقول ابن جني: (٣٩٣ هـ)<sup>(٢)</sup>، فذلك يعني أن هذه الأصوات التي تستخدمها اللغة بتناسق تام بين أجزاء الكلمة، ثم أجزاء الجملة، ثم أجزاء الفقرات الكلامية، تتوظف جميعها في صياغة كلام يقصد إلى معان ودلالات أرادها المتكلم، ليعلم بها غيره، وهذا هو المراد بقول ابن جني: «يعبر بها كل قوم عن أغراضهم».

ولما كان غرض الإسلام هو إيصال الأفكار، وإيصالها بالأسلوب الصوتي المنسق، والمنظم منه كلام، لذلك كانت اللغة في ذاتها أسلوب إعلام.

والإعلام لغة، مصدر الفعل «أعلم» المزيد بهمزة على الفعل «علم»، ودلالة الثلاثي منه هو حصول العلم في نفس زيد من الناس عن معلومة من المعلومات،

(١) انظر: أبحاث ونصوص في فقه اللغة العربية: ٢٣.

(٢) الخصائص: ٤٠/١.

فنقول: «علم زيد الأمر»، إذا حصل في نفسه معرفة به، وحين نريد أن نجعل هذه المعلومة منتقلة إلى الآخرين نقول: «أعلمتهم» أي: أوصلت إليهم المعلومة. ومن هذا المنطلق يكون لفظ «الإعلام» الذي هو مصدر، تعني الإيصال للمعلومة المطلوب إيصالها.

ولم يتوقف الاعتماد على اللغة - في العصر الحاضر - على كونها وسيلة اتصال أو إبلاغ، بل أصبحت - اليوم - في وسائل الإعلام المكتوبة، والمسموعة والمرئية صناعة متطورة، لها علاماتها الفارقة وخصائصها المميزة، «لقد غادرت كونها وسيلة للتفاهم فقط، وأصبحت كما يسميها باحث معاصر: ذات عرش اتصالي، أسهمت في تأسيسه الصحافة بتوزيعها الواسع، ووسائل الإعلام الإلكترونية *Elctronie medi* التي تخضع إلى العالم - يومياً - آلافاً مؤلفة من النصوص الإعلامية من قبيل الأخبار والتعليقات والتحقيقات الصحفية والتقارير والمقالات والدراسات، والموضوعات المختلفة التي تخاطب كل شرائح المجتمع الدولي بمختلف مستوياته الثقافية والعمرية»<sup>(١)</sup>.

وتميزت اللغة الإعلامية بخصائص أخرجتها عن كونها تقليداً تعبيرياً، أو تقليداً تعبيرياً فنياً يستخدمه الأديب شاعراً كان أو ناثراً إلى لغة ذات مقومات خاصة ودقيقة، فليست هي لغة عادية، ولا هي لغة أديب متخيرة الألفاظ، فنية التعبير، يقول د. عبد العزيز شرف: «لا نعني باللغة الإعلامية ما توصف به اللغة الأدبية من تدوق فني جمالي، أو ما توصف به اللغة العلمية من تجريد نظري، إنما نريد باللغة الإعلامية أنها لغة بُنيت على نسق. عملي اجتماعي عادي، فهي في جملتها فن يستخدم في الإعلام بوجه عام»<sup>(٢)</sup>.

لقد أثرت في اللغة الإعلامية المعاصرة جوانب كثيرة من التأثيرات كالتعريب والترجمة، والاقتباس، وتأثير الصياغات الإعلامية المختلفة في الوسائل المقروءة والمشاهدة والمسموعة.

(١) اللغة الإعلامية: الدكتور عبد الستار جواد: ص ٧.

(٢) المدخل إلى وسائل الإعلام ص ٢٢٨، ط: سنة ١٩٨٩.

## أنواع الإعلام:

والإعلام متعدد الاتجاهات والأساليب، ولكل موضوع يحتاج إلى نشر وإعلام، منهجه وطريقة العمل فيه، فهناك:

أ- إعلام تجاري: وهو الذي يقوم على طريقته الإعلان التلفزيوني أو الصحفي، ويستخدم عبارات مغرية، بأسلوب الترغيب، والإقناع، وتوجيه الأنظار إلى أهمية المادة التجارية المعلن عنها، وتفضيلها على سائر المواد الأخرى التي تكون من جنسها، وصرف النظر عما سواها، وهذا الإعلام يخلق جواً للمنافسة التجارية، ويقدر ما يستفيد منه صاحب الشأن يستفيد المعني بشراء المادة التي جرى الإعلام فيها، لأن جو المنافسة يؤدي إلى رخص الأسعار وكثرة المواد التي هي من جنس واحد في السوق، ولغة هذا الإعلام هي مفردات تجارية تخص الأسعار والأثمان، والجودة والرداءة.

ب- إعلام فني وثقافي: وهو الذي يقوم على أساس توجيه أنظار الجمهور إلى العناية بقضايا الفن والثقافة والمعارف كمروض السينما والمسرح، ومعارض الكتب، وصدور المؤلفات والتحقيقات، وأعمال الفنانين والأدباء والعلماء والمفكرين، وتقوم الصحافة والإذاعة بقسط كبير من الجهود في هذا المضمار، فالصفحات الثقافية والأدبية والفنية في الجرائد والمجلات، والإذاعة والتلفزيون، ودور السينما كلها تخصص مجالات، وأوقاتاً للإعلام، والإشهار عن مثل تلك الإصدارات والأعمال الفنية والأدبية والعلمية المتنوعة، ولغة هذا الإعلام، لغة تختلف عن غيرها، فهي تستخدم ألفاظاً خاصة بالفنون ومناهجها والآداب والثقافات المختلفة، بمستوى لغوي يغلب عليه الإثارة والتنبية، والتوجيه، والدعوة إلى الاهتمام بما تعلن عنه من إصدارات، ووزارة الإعلام مؤسسة قائمة على ذلك.

ج- إعلام سياسي: وهو نمط خاص من أنواع الإعلام تستخدمه الدول في الإفصاح عن سياساتها، ونظام حكمها وطروحاتها في ميدان السياسة الداخلية والعالمية، وتقوم وزارة الخارجية، باستخدامه أسلوباً لإيصال سياسة الدولة إلى العالم الخارجي، كما تقوم وزارة الإعلام - فضلاً عن تخصصها بالإعلام الثقافي والمصرفي والفني - بمهمتها الإعلامية داخل البلد، للإفصاح عن موقف الدولة إزاء مسألة ما، تثار ضدها أو لمصلحتها خارج البلد أو داخله، فتقوم الصحف

والمجلات والإذاعة والمشاهد (التلفاز) بالإعلام عنه، وإيضاح موقف الدولة لجمهور الناس.

ولغة هذا الإعلام يطغى عليها الجانب (الدبلوماسي)، واستعمال ألفاظ خاصة بالسياسة والحكم، ومبادئ النظام القائم، كألفاظ الاستعمار، والسيطرة، والاستغلال، (والإمبريالية) و(البرجوازية) والرأسمالية، والاشتراكية، والوحدة، والتحرر، والعنصرية، والتعصب، والشعوب، والظلم، والاستبداد، والعمالة، والخيانة والمعرضة، والثورة... إلخ وما من مقال سياسي ولا افتتاحية في جريدة أو مجلة إلا وهي موضوع إعلامي، يكتبه المحرر لتوجيه الأنظار إلى قضية من قضايا الدولة، معالجاً أو مفنداً، أو راداً، أو موضحاً بأسلوب تكثر فيه ما أشرنا إليه من ألفاظ لصيقة بالسياسة والنظام.

وقنوات هذا الإعلام كثيرة، وكل وزارة أو إدارة من إدارات الدولة مسؤولة عن التزامه، والتعبير من خلاله، بما يناسب منهج الدولة القائمة وسياستها في الخارج والداخل.

وتشيع لغة هذا الإعلام - أعني السياسي - في كل الوسائل المتاحة للتعبير، كالصحف والمجلات، وهي الوسيلة المقروءة، وكالتلفاز والسينما والمسرح، وهي الوسيلة المشاهدة والمسموعة، أو التي تقتصر على السماع، وذلك عن طريق المذياع.

د - جوانب إعلامية أخرى: إن لكل موضوع من موضوعات الحياة لغة تعبر عنه، وتفصح عن مكوناته، وموضوعات الحياة متعددة منها فلسفية مجالها الفكر والمنطق والجدل، ومنها مادية، مجالها التجارب والخبرات المحيطة بالأحياء والإنسان والجماد، فالزراعة والصناعات والطب والهندسة والفلك والحيوان والنبات، ونشاطات الإنسان المتعددة فوق الأرض، كالسياحة في الفضاء والسياسة في الوجود، والسياحة الروحية، والرياضات، وغيرها مما يتعلق بحركة الإنسان على الأرض، كل ذلك يمثل جوانب بارزة في حياة هذا المخلوق، وهي تخصصات يتميز بها فرد عن فرد، فالذي يتخصص بمجال الطب يختلف عن الذي يتخصص بمجال الزراعة أو الهندسة، أو الرياضة، ومن هنا كانت لهذه المجالات التخصصية لغة ذات طابع متميز كذلك. والدوائر التي يهتمها أن تفصح عن توجهاتها، ومناهجها يجب أن تسلك مسلكاً إعلامياً خاصاً بها، فالإعلام

الرياضي - مثلاً - إعلام يستخدم أسلوب التشويق ، وإثارة حماس الجماهير باتجاه فن معين من فنون الرياضة المختلفة ، ومن هنا نجد أن لغة كرة القدم تختلف في مصطلحاتها ومفاهيمها عن لغة كرة اليد أو كرة السلة أو الجودو والكاراتيه والمصارعة الحرة أو الرومانية ، أو السباحة ، والإعلام الزراعي ، إعلام تنبيهي يستخدم الأسلوب العلمي التخصصي ، ومفرداته تدور حول الآفات الزراعية ، والاستصلاح ، والتربة ، وتحسين الإنتاج الزراعي ، والأسمدة ، والآلات الحراثية ، والآلات المستخدمة في ذر الحبوب ، أو تنقيتها أو تطعيمها ، أو تحسينها إلى غير ذلك مما يكون مجاله الزراعية والري والإنتاج والتنمية والتكثير والتحسين . إن لغة الإعلام تتنوع بتنوع التخصصات ، كما تتنوع أساليبها تنوع الهدف الذي ترمي إلى تحقيقه تلك التخصصات ، فمن لغة ترفهية مترفة إلى لغة جادة هادفة إلى لغة عاطفية مشيرة ، إلى لغة تنبيهية هدفها التوجيه ، والإرشاد ، إلى لغة تعليمية تربوية ، إلى لغة هادفة إلى الترغيب والإقناع ، إلى لغة عقلية ، تخاطب الفكر والوعي . . . وكل تلك الأنواع التعبيرية في لغة الإعلام مرهونة بالغاية والهدف التي استعملت فيه ، هذا فضلاً على أن لغة الإعلام بشكل عام ذات ميزات خاصة<sup>(١)</sup> .

يبقى - عندنا - لغة الإعلام الديني ، التي يتبنى العمل بها الدعاة العاملون في حقل التوعية الدينية والإرشاد ، إبلاغ الرسالة السماوية إلى البشر . فكيف كانت في زمن الرسول (صلى الله عليه وآله وسلم) ، وكيف صارت لغة الدعاة في الأقطار الإسلامية ، التي يتكلم شعوبها لغة محلية أو قومية ، لا تمت إلى العربية بصلة . هذا ما سندرسه فيما يأتي من البحث .

### الإعلام في زمن الرسول (صلى الله عليه وآله وسلم) :

مما لا شك فيه أن الشاعر في الجاهلية كان لسان القبيلة الذي ينافح عنه بلسانه ، ويرد على الخصوم بما يكيل لهم من الهجاء المقذع والشتم وبيان المساوي ، والمثالب التي تؤخذ على القبيلة الخصم ، ولذلك كان الشعر سلاحاً إعلامياً قوياً تستخدمه القبيلة ضد خصومها كما كان - أيضاً - وسيلة مهمة لإشهار مفاخرها وأمجادها ، ورفع قيمتها بين العرب ، ولذلك نجد في تاريخ الإعلام الشعري صوراً من الأمجاد التي نالتها القبائل بوساطة قول لشاعر يمجده فيه

(١) التحفة الإعلامية: د. جواد: ص ١٠.

القبيلة، أو يذكرها بصفة من الصفات، كما فعل الشاعر الخطيئة مع قبيلة (أنف الناقة) الذين أصبحوا معروفين ببني (أنف الناقة) في العرب، وهم بطن من بني سعد بن زيد مناة، يقول العلماء العرب<sup>(١)</sup>: «وإذا نسبوا إلى بني أنف الناقة... قالوا: فلان الأنفي، سموا أنفيين، لقول الخطباء فيهم: [من البسيط] قوم هم الأنف والأذنان غيرهم ومن يسوي بأنف الناقة الذنبا

ولقد كانت هذه الوسيلة الإعلامية تسير في العرب فتدخل في حواضرهم وبواديهم فتتردد على ألسنة أبناء القبائل، كما يفعل الإعلام المعاصر اليوم في إذاعة المعلومات وإشاعتها في أوساط جماهير الناس.

ولما كان الشعر ميدانا فسيحا لإبراز القيم والمشارع، وإثارة الأحاسيس، وتوجيه الإيعاد والإنذار إلى الخصوم، كان أقوى الوسائل الإعلامية المستخدمة في المعارك والحروب والمنازعات، فهذا عمرو بن كلثوم التغلبي يجري إيعاده وتهديده على لسانه في قصيدته التي يوجهها إلى أبي هند فيقول<sup>(٢)</sup>: [من الوافر]

أبا هند فلا تعجل علينا      وانظرنا نخبرك اليقينا  
بأننا نورد الرايات بيضا      ونصدرهن حمرا قدرونا  
وأيام لنا غير طوال...      عصينا الملك فيها أن ندينا

وهكذا يجد العربي في الشعر سلاحاً إعلامياً قوياً، يستطيع فيه أن يستخدم اللغة التي تناسب القضية التي ينافح من أجلها من إشهار للقيم، أو غضٍ للخصوم، أو إذاعة للمفاخر.

وحين جاء الإسلام بقيمه الجديدة، وتحولت القبيلة من مجتمع بدوي إلى مجتمع جديد ينبذ العصبية، ويساوي بين الناس، ويوحد المشاعر والأفكار، ويوجهها جميعا في خدمة العقيدة الإسلامية، وتنزيه الخالق، وتكريم البشر، لم يجد الرسول (صلى الله عليه وآله وسلم) وهو القائد لجماهير المسلمين بدأ من أن يجعل من الشعر أداة إعلامية مهمة في نشر مبادئ الدين، والدفاع عن العقيدة، ورد الخصوم وتحميس الدعاة، وتثبيتهم على المبادئ والقيم والمثل التي جاء بها

(١) انظر: لسان العرب (أنف): ج: ١٠/ص ٣٥٩.

(٢) معلقة عمرو بن كلثوم التغلبي: شرح القصائد للزوزني: ٣١١.

الإسلام، ومن هنا خص النبي الكريم (صلى الله عليه وآله وسلم) شعراءه من مثل عبد الله بن رواحة، وكعب بن مالك وحسان بن ثابت، والناطقة الجعدي وغيرهم بالتقدمة والرعاية، ولذلك كان يقول لحسان: «هاججُ المشركين فوالله لهجاؤك أشد عليهم من وقع السهام في غلس الظلام»، وكان يقول له: «هاجج المشركين فإن جبريل معك»<sup>(١)</sup>، لأنه (ص) كان يعلم ما لهذا الشعر من أثر في نفوس المشركين، حين يسمعون، وهو يذكر مثالبهم، ويظهر معايبهم، فتسير في العرب سير النار في الهشيم.

وكان الشعر الإعلامي يتخذ طريقين في تناول الخصوم أولهما: غمز المشركين بأنسابهم، وهذا النوع يتكئ على مفردات:

النسب وصلة الأرحام، والروابط القبلية، ولذلك ينظر إلى الشاعر المقتدر على هذا النوع من الشعر أن يكون دقيقاً في معانيه ومرامييه حين ينظم الشعر، وكان حسان عارفاً بمثل هذا النوع من الشعر، فحين استأذن حسان رسول الله (صلى الله عليه وآله وسلم) في هجاء المشركين، قال له النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) «فكيف بنسبي؟»، فقال حسان: «لأسلّك منهم كما تسلّ الشعرة من العجين» وحين تناول حسان أبا سفيان<sup>(٢)</sup>، وهو من قريش وهي قبيلة الرسول (صلى الله عليه وآله وسلم) قال: [من الطويل]

وان سنام المجد من آل هاشم بنو بيت مخزوم ووالدك العبد  
ومن ولدت أبناء زهرة منهم كرام ولم يقرب عجائزك المجد

وحسان تميز بمعرفة الأنساب دون ابن رواحة وكعب بن مالك، وفي الحديث أن النبي (صلى الله عليه وآله وسلم) قد قال فيه: «قد آن لكم أن ترسلوا إلى هذا الأسد الضارب بذنبه، ثم أدلع لسانه فجعل يحركه، فقال: والذي بعثك بالحق لأفريتنهم بلساني فري الأديم، فقال رسول الله (صلى الله عليه وآله وسلم): لا

(١) وفي رواية أخرى: «هاجهم» أو «هاجهم» و«جبريل معك» رواه البخاري ٤٣٥/١٠ ومسلم: ٢٤٨٦.

(٢) جامع الأصول: ابن الأثير: ١٧٤/٥-١٧٥.

(٣) ابن عم الرسول (صلى الله عليه وآله وسلم): هو أبو سفيان بن الحارث بن عبد المطلب قبل إسلامه، وكان يؤذي الرسول، ثم أسلم وحسن إسلامه.

تعجل ، فإن أبا بكر أعلم قریش بأنسابها ، وإن لي فيهم نسباً ، حتى يخلص لك نسبي ، فأتاه حسان ثم رجع فقال : «والذي بعثك بالحق لأسلنك منهم كما تسل الشعرة من العجين» .

وقالت عائشة : سمعت رسول اله (صلى الله عليه وآله وسلم) يقول :  
 «هجاهم حسان فشفى واشتفى ، فقال حسان : [ من الوافر ]  
 هجوت محمداً فأجبت عنه      وعند الله في ذاك الجزاء  
 هجوت محمداً برأ تقياً      رسول الله شيمته الوفاء  
 فإن أبي ووالده وعرضي      لعرض محمد منكم وقاء  
 وقال الله : قد سيرت جنداً      هم الأنصار عرضتها اللقاء  
 لنا في كل يوم من معد      سباب أو قتال أو هجاء»<sup>(١)</sup> .

فمفردات هذا النوع من النفخ عن رسول الله (صلى الله عليه وآله وسلم) تدور في موضوع النسب والشرف والانتماء ، والأعراض والسب والشتم والهجاء ، وهي أمور ألصق بحياة الناس وأمور دنياهم .

أما الضرب الثاني وهو الأهم في نظر العقيدة والفكر الإسلامي ، فهو تناول المشركين بما هم عليه من الكفر والضلال ، والبعد عن حقيقة الدين والحق والنور الذي جاء لهدايتهم وإنقاذهم من الظلم والجهل والفساد .

ولغة هذه النمط من الإعلام ، لغة تخاطب العقل ، وتحاججه ، وتثير في النفس نوعاً من الاطمئنان والارتياح ، وإبعاد الشك والارتياب في الخالق والكون ، والحياة والموت ، وهي لغة موظفة لنقل الفكر الديني إلى المتلقي صافياً واضحاً ، واضح الأهداف ، ليس فيه غموض ولا التباس ، يجمع بين العقل والعاطفة ، في إطار الدعوة إلى الإيمان بالدين ومبادئه ومثله .

وقد قام الشعر خلال عصور الحضارة الإسلامية بهذه المهمة خير قيام ، كما قام الوعاظ والمرشدون والخطباء بحمل قسم كبير من عبء نشر الدعوة ، وإقناع

(١) انظر : ج ٥/ص ١٧٦-١٧٧ من جامع الأصول .



الناس، لقد كان كعب بن زهير مشركاً بعيداً عن الفكر الجديد مناهضاً له - ولكنه حين آمن، وصدق بالرسول (صلى الله عليه وآله وسلم)، وعلم أنه مرسل من ربه إلى العالمين، وأن قرآنه الذي أنزل عليه فيه مواعيط وتفصيل تمسك بهذه المفردات، ونظمها في شعره ودعا إليها: [من البسيط]

إن الرسول لنور يستضاء به      مهتد من سيوف الله مسلول  
مهلاً هداك الذي أعطاك نافلة      القرآن فيها مواعيط وتفصيل<sup>(١)</sup>

فكانت هذه المعاني تصديقا للعقيدة ومبادئها، وبشأ لقيمها في جمهور المسلمين، وكلما تقدم الزمن بقيادة الدعوة وحملة الفكر الإسلامي تعمقت المفاهيم والقيم، ورسخ الإيمان بها، وحرص الدعاة على تبليغها إلى سائر المدعوين من البشر.

وكانت تلك المفاهيم الواضحة الناصعة في تفكير المسلم هي الوسيلة القوية لإعلام الناس بها، ومن هنا كانت هذه الوسيلة سلاحاً أقوى من سلاح الحرب والقتال في نشر الإسلام، ولا سيما في البلاد المفتوحة من الأقاليم غير العربية. وبقي أسلوب الوعظ والإرشاد، وخطب الجمع، ومجالس العلم والأدب في بغداد والعواصم الإسلامية مناراً دعواً للتثقيف، والبناء الفكري، وترسيخ مفاهيم الدين في نفوس المتلقين. ولكل جانب من هذه الجوانب - أعني وسائل النشر والدعوة، منهج لغوي متميز، فالواعظ يستخدم أسلوب الترغيب والترهيب، ووصف الجنة والنار، بعبارة تصويرية رائعة واضحة، قصيرة الجمل، متناسقة الأجزاء، متسلسلة الأفكار، وخطيب الجمعة، أو خطباء المنابر يستخدمون لغة مؤثرة تغلب عليها العواطف المشبوبة، والأحاسيس الجياشة، ليستطيع إثارة حماس الجمهور المتلقي، واستيعاب المعاني، والتأثر بها، والخطيب يهيم التوجيه، والإثارة والإقناع، ولذلك يجعل تراكيبه وجمله تمزج بين العقل والعاطفة، لتقوم أفكاره المنطقية بالإقناع وقوة الحجاج، وتقوم العاطفة بالاستمالة والترغيب أو الترهيب، وذلك كله يتطلب قصر الجمل، ووضوح العبارات وسلامة الفكرة، وربما استخدم أسلوب الازدواج والمقابلة والمطابقة والتجنيس، لتشارك موسيقى الألفاظ العاطفة في قوة التأثير.

(١) شرح بانث سعاد: مجلة الآداب: ١٩٧٥م. بغداد: لكمال الأنباري.

والذي يستمع - اليوم - إلى خطباء الأزهر، وسائر المساجد الإسلامية، يدرك أهمية الخطيب في التأثير والإرشاد، وتحريك نفوس المصلين باتجاه ما يريد إثارتته في نفوسهم: وعلى الجملة فإن أساليب الإعلام اللغوية الدينية يمكن أن تتميز بما يأتي:

**أولاً:** قصر العبارات مع وضوح الفكرة، وقد تكون اللفظة الواحد خير من عبارة طويلة، تلبس على المتلقي ما يراد منها.

**ثانياً:** التزام العبارة العربية الأصيلة، والأحسن التزام لغة القرآن أو الحديث النبوي في إعطاء الفكرة الإسلامية أو الحكم المنصوص عليه في كتاب الله وسنة رسوله (صلى الله عليه وآله وسلم) وهذا الجانب يلزم الدعاة أن يتجنبوا المفردات الأجنبية والدخيلة، أو الركيكة أو القليلة الاستعمال<sup>(١)</sup>.

**ثالثاً:** تقليل استخدام الصفات والظروف التي تجعل العبارات ثقيلة متداخلة، والتعبير الواضح المباشر يكون أسرع في إيصال الفكرة. فقولك: «المؤمنون أخوة» تحمل في طواياها كل معاني الأخوة من تعاون وتواد وتراحم، وعطف، واتحاد، ولو حاولت التعبير عن كل ذلك تطلب منك أن تورد عبارات وجملاً طويلة قد تشمل صفحات.

**رابعاً:** استخدام اللغة المتخصصة في المجال الذي يتحدث به الداعية، فإذا كان الحديث عن الزكاة، فينبغي للمتحدث أن يحصره في ذلك الموضوع، لأن الخروج من موضوع إلى آخر يضيع الفرصة على الداعية أن يوصل الفكرة كاملة.

**خامساً:** تجنب التكرار، وإعادة العبارات التي تثير الملل والضجر، وكلما تنوعت العبارات، وجدت طريقة التعبير وتلونت أساليبه، كان ذلك أدعى إلى الانتباه واستيعاب الكلام ومعانيه.

**سادساً:** استعمال علامات الترقيم والتنقيص الأصولية في الكتابة، واستعمال أساليب التعابير المختلفة في الكلام والأداء والأفراد كالنبر والاستفهام، والتعجب والنفي والأمر والنهي، والتنبيه والنداء... وغيرها، لأن ذلك كله يجعل إيصال ما يراد من أفكار واضحاً سليماً لدى المتلقي.

(١) ورد مثل ذلك في وصية هوغسون. انظر اللغة الإعلامية: ٣٣.

**سابعاً:** محاولة جعل فقرات الكلام قصيرة، لأن الكلام إذا طال، وابتعد آخره عن أوله، نسي أوله، أو ضعف الرابط بين ما تقدم وما تأخر منه، حتى يستطيع النص الإعلامي الإسلامي أن ينقل الفكرة الكاملة في فقرة قصيرة واضحة التراكيب.

**ثامناً:** تجنب المفردات القاموسية والمعجمية، ويستطيع الإعلام الديني أن يبني تراكيبه وجمله من مفردات واضحة فصيحة مفهومة لدى جمهور القراء والمتلقين، لأن الغاية هي وصول الفكرة، لا بيان قدرة الداعية من اللغة وعليها.

**تاسعاً:** تجنب إيراد العبارات الجاهزة، فالصحفي الإسلامي مطالب بأن ينوع في التعبير، وأن يعبر عن شخصية تمتلك المعاصرة، وتعرف كيف تختار المفردات والعبارات الجديدة التي لا تخرج عن دائرة السلامة اللغوية، وفصاحة التركيب، لأن الغاية هي إيصال المفهوم إلى القارئ أو المتلقي بالمعنى الذي ترمي إليه العقيدة الإسلامية.

**عاشرًا:** محاولة التزام الزمن الواحد في العبارات والتراكيب، فإذا كان الحديث عن الماضي، فالأفضل بقاء الكلام في الماضي حتى الانتهاء من الفكرة، فإذا تحول إلى فكرة معاصرة، فالانتقال إلى زمن الحضور يكون أنسب في العبارة، أما المزج بين الأزمنة من غير مناسبة، والقفز من حين إلى حين، فإنه يؤدي إلى الوقوع في اللبس، ويربك تسلسل الأحداث، ويضعف في المتلقي متابعة ما يقرأ أو ما يسمع.

**حادي عشر:** دعم الفكر والمعتقد بالأمثلة الحية من الواقع الإسلامي والتاريخ، وتقوية ذلك بما يناسب من الشواهد القرآنية والحديثية والشعرية والمثلية، لما في ذلك من ترسيخ للمفهوم وتحقيق للفكرة في نفوس المتلقين، والقراء والمُشاهدين، على اختلاف أساليب الإعلام والنشر.

إنّ هذه الميزات في لغة الدعاة، والإعلام الديني، تساعد على نجاح مهمة الإعلامي، والداعية، وتكفل عمله بالدقة وصحة النهج، وتوصله إلى هدفه بشكل أكيد، وذلك غاية ما يرجون دعاة الدين والعاملون في ميدان الإعلام.

## مصادر ومراجع:

- ١- أبحاث ونصوص في فقه اللغة العربية: الدكتور رشيد العبيدي: ١٩٨٦م بغداد.
- ٢- جامع الأصول: ابن الأثير (٦٠٦هـ): القاهرة.
- ٣- الخصائص: ابن جني (٣٩٣هـ): ط: دار الكتب.
- ٤- الإعلام والفقه: الدكتور محمد سيد محمد: القاهرة: ١٩٨٤.
- ٥- اللغة الإعلامية: الدكتور عبد الستار جواد، ط: الإعلام ١٤١٥ هـ- ١٩٩٥م.
- ٦- لسان العرب: ابن منظور: (٧١١هـ)، ط: بولاق.
- ٧- القاموس المحيط: الفيروز أبادي (٨١٧هـ)، مصر.
- ٨- مجلة كلية الآداب: بغداد: ١٩٧٥.
- ٩- شرح القصائد: الزوزني، مصر.
- ١٠- صحيح البخاري: ط: مصر.
- ١١- صحيح مسلم: ط: مصر.
- ١٢- المدخل إلى وسائل الإعلام: الدكتور عبد العزيز شرف: القاهرة: ١٩٨٩م.